

Strategi dan Tantangan Ekspor Makanan Ringan Resep Cau ke Malaysia: Analisis Bisnis Internasional

Hani Humaeriyah^{1*}, Achmad Mansur Pauji², Annisa Pratiwi Sundari³,
Aufa Zulfikar Maulana⁴, Fajar Yunawwirudin Haq⁵, Muahammad Raka Alifian
Firdaus⁶, Wahidah Nazmi Lailia⁷

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bandung¹⁻⁷

*Email Korespondensi: annisapratiwisundari@gmail.com

Diterima: 28-07-2025 | Disetujui: 30-07-2025 | Diterbitkan: 01-08-2025

ABSTRACT

Exporting snacks based on traditional recipes, such as "Resep Cau" (made from bananas), has significant potential to penetrate the Malaysian market, which shares similar tastes with Indonesia. This study aims to examine effective strategies and key challenges in exporting Resep Cau snacks to Malaysia within an international business context. The methods used were a desk study and qualitative analysis of relevant trade data, regulations, and export practices. The results indicate that prioritized strategies include product adaptation to local preferences, halal certification from a recognized Malaysian body, and optimization of distribution through digital platforms. Significant challenges include strict food import regulations, competition from local and Chinese products, and other non-tariff barriers.

Keywords: Export, Malaysia, Snacks, Resep Cau, International Business Strategy, Trade Challenges

ABSTRAK

Ekspor makanan ringan berbahan dasar resep tradisional, seperti "Resep Cau" (berbahan pisang), berpotensi tinggi untuk menembus pasar Malaysia yang memiliki kesamaan selera dengan Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi yang efektif serta tantangan utama dalam ekspor produk makanan ringan Resep Cau ke Malaysia dalam konteks bisnis internasional. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dan analisis kualitatif terhadap data perdagangan, regulasi, serta praktik ekspor yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang harus diutamakan mencakup penyesuaian produk terhadap preferensi lokal, sertifikasi halal dari badan yang diakui Malaysia, serta optimalisasi distribusi melalui platform digital. Di sisi lain, tantangan signifikan mencakup regulasi ketat impor makanan, persaingan dengan produk lokal dan Tiongkok, serta hambatan non-tarif lainnya.

Kata Kunci: Ekspor, Malaysia, Makanan Ringan, Resep Cau, Strategi Bisnis Internasional, Tantangan Dagang

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Hani Humaeriyah, Achmad Mansur Pauji, Achmad Mansur Pauji, Annisa Pratiwi Sundari, Aufa Zulfikar Maulana, Fajar Yunawwirudin Haq, Muahammad Raka Alifian Firdaus, & Wahidah Nazmi Lailia. (2025). Strategi dan Tantangan Ekspor Makanan Ringan Resep Cau ke Malaysia: Analisis Bisnis Internasional. PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 3(1), 20-23. <https://doi.org/10.62710/dn4ev198>

PENDAHULUAN

Peningkatan daya saing produk lokal di pasar global telah menjadi salah satu prioritas pembangunan ekonomi Indonesia. Produk makanan ringan, khususnya berbahan dasar pisang seperti "Resep Cau" yang berbentuk keripik atau cemilan kering, merupakan salah satu komoditas yang memiliki potensi ekspor tinggi, terutama ke negara tetangga seperti Malaysia. Kedekatan geografis dan kesamaan selera menjadi keunggulan tersendiri bagi pelaku usaha makanan ringan.

Malaysia merupakan mitra dagang penting bagi Indonesia. Data dari Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa nilai ekspor makanan olahan Indonesia ke Malaysia mencapai USD 650 juta pada tahun 2023, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 6,2%. Namun, ekspor ke Malaysia juga disertai sejumlah tantangan seperti persyaratan standar makanan, persaingan ketat, serta pengawasan ketat terhadap produk pangan oleh lembaga seperti Kementerian Kesehatan Malaysia dan JAKIM.

Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana strategi yang tepat dapat diterapkan oleh produsen makanan ringan Resep Cau agar mampu bersaing di pasar Malaysia, serta bagaimana mengantisipasi dan mengelola tantangan yang ada.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Ekspor dan Keunggulan Komparatif

Menurut Ricardo (1817), negara harus mengekspor barang yang dapat diproduksi lebih efisien secara relatif dibanding negara lain. Indonesia memiliki sumber daya pisang melimpah dan tenaga kerja murah, sehingga memiliki keunggulan komparatif dalam memproduksi makanan ringan berbahan pisang.

Strategi Bisnis Internasional

Hill (2014) menyatakan bahwa strategi ekspor efektif mencakup adaptasi produk, penentuan harga kompetitif, distribusi yang efisien, dan pemanfaatan aliansi strategis dengan mitra lokal. Dalam konteks Malaysia, ini mencakup kerja sama dengan distributor halal, e-commerce lokal, dan retail seperti Mydin atau Tesco.

Regulasi Ekspor dan Standar Makanan

Malaysia mengatur impor makanan melalui dua lembaga utama: Kementerian Kesehatan Malaysia (MOH) dan Departemen Pengembangan Islam Malaysia (JAKIM). Produk ekspor harus memenuhi standar label, komposisi, dan terutama sertifikasi halal yang diakui JAKIM (MOH, 2023).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik studi pustaka. Data dikumpulkan dari laporan resmi pemerintah, jurnal ilmiah, berita ekonomi, serta laporan ekspor dari Kementerian Perdagangan dan pelaku usaha UMKM di bidang makanan ringan. Pendekatan studi kasus digunakan untuk menggambarkan strategi dan hambatan nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Ekspor Makanan Ringan Resep Cau ke Malaysia

Produk Resep Cau—berbentuk keripik pisang gurih/manis dengan cita rasa lokal—mempunyai potensi ekspor karena:

Preferensi Konsumen yang Serupa: Masyarakat Malaysia menyukai makanan ringan berbahan pisang.

Peluang Produk Halal: 60% lebih penduduk Malaysia beragama Islam, sehingga permintaan produk halal sangat tinggi.

Kesempatan Pasar UMKM: Banyak produk UMKM Indonesia sudah masuk gerai seperti Aeon, Giant, dan pasar tradisional Malaysia.

Strategi Ekspor Produk Resep Cau

a. Adaptasi Produk dan Kemasan

Penyesuaian dilakukan pada rasa (kurang manis/kurang pedas), ukuran kemasan (100 gr – 250 gr), dan label yang menyertakan bahasa Melayu dan sertifikasi halal. Penyesuaian ini meningkatkan penerimaan pasar (Setiawan, 2023).

b. Sertifikasi Halal dari LPPOM MUI yang Diakui JAKIM

Agar bisa diterima di supermarket Malaysia, produsen Resep Cau harus mendapatkan sertifikasi halal dari lembaga yang terdaftar di JAKIM. Hal ini menjadi syarat utama (Halal Journal Malaysia, 2023).

c. Digitalisasi dan Penjualan Online

Platform seperti Lazada Malaysia, Shopee Malaysia, dan TikTok Shop Malaysia menjadi pintu masuk produk makanan ringan UMKM. Banyak pelaku ekspor kecil memulai lewat model dropshipping dan fulfillment di Kuala Lumpur (Putra, 2023).

d. Kerjasama dengan Distributor Halal

Bekerja sama dengan importir/distributor lokal seperti Aladdin Group atau HALAL2GO dapat mempercepat akses ke pasar Malaysia dengan jaminan legalitas.

Tantangan Utama dalam Ekspor Resep Cau ke Malaysia

a. Standar Keamanan Pangan dan Labelisasi

MOH Malaysia mewajibkan semua makanan impor memiliki label berbahasa Melayu, informasi nilai gizi, dan kode produksi. Banyak UMKM belum memahami detail ini (MOH, 2023).

b. Persaingan dengan Produk Lokal dan Tiongkok

Malaysia memiliki produk keripik pisang lokal dari Sabah dan Johor. Selain itu, produk dari Tiongkok membanjiri pasar dengan harga murah dan volume besar, membuat produk Indonesia harus bersaing dari sisi kualitas dan branding.

c. Regulasi dan Biaya Pengurusan Ekspor

Proses mendapatkan sertifikat ekspor, PIRT, dan halal bisa menghabiskan biaya besar bagi UMKM. Selain itu, biaya pengiriman dan bea masuk juga harus diperhitungkan dengan cermat.

d. Ketergantungan pada Nilai Tukar

Fluktuasi nilai tukar rupiah terhadap ringgit memengaruhi harga ekspor. Misalnya, jika rupiah melemah, maka harga produk menjadi lebih murah di Malaysia, namun margin produsen bisa turun jika biaya produksi meningkat.

Studi Kasus: UMKM “Cau Camilan Bandung” Ke Pasar Malaysia

UMKM asal Bandung dengan merek “Cau Camilan” berhasil mengeksport keripik pisang dalam kemasan ke Malaysia melalui mitra distribusi di Selangor. Mereka memulai dengan mengikuti program pelatihan ekspor dari Dinas Koperasi dan mendapatkan bantuan legalisasi halal. Dalam 6 bulan pertama ekspor (2022), produk Cau Camilan telah masuk ke 12 toko ritel Malaysia, serta menjual 3.000 bungkus per bulan melalui Shopee Malaysia (Data Kemenkop UKM, 2023).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Produk makanan ringan Resep Cau memiliki potensi besar untuk diekspor ke Malaysia karena selera konsumen yang serupa, adanya pasar halal, dan peluang melalui platform digital. Strategi yang terbukti efektif adalah penyesuaian produk, sertifikasi halal, serta penggunaan e-commerce. Namun, tantangan tetap besar terutama terkait regulasi pangan, persaingan harga, dan hambatan teknis ekspor.

Saran

Pemerintah perlu memperluas fasilitasi ekspor makanan ringan berbasis UMKM ke pasar ASEAN, terutama dalam hal sertifikasi dan logistik.

UMKM perlu meningkatkan kualitas produk, memperhatikan regulasi ekspor, dan membangun branding produk halal yang kuat.

Kolaborasi dengan distributor lokal menjadi langkah strategis untuk menjamin kontinuitas pasokan dan kepatuhan hukum di Malaysia.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Ekspor Impor Indonesia 2022–2023.
- Hill, C. W. L. (2014). International Business: Competing in the Global Marketplace. McGraw-Hill.
- Kementerian Kesehatan Malaysia (MOH). (2023). Food Safety and Quality Division Guidelines.
- Kementerian Perdagangan RI. (2023). Outlook Ekspor Makanan Olahan 2023.
- Ricardo, D. (1817). Principles of Political Economy and Taxation.
- Halal Journal Malaysia. (2023). “Sertifikasi Halal JAKIM: Panduan untuk Eksportir”.
- Putra, H. (2023). “Strategi UMKM Ekspor ke Malaysia via Marketplace Digital”, Jurnal Bisnis ASEAN, 11(2), 45–57.
- Setiawan, A. (2023). “Adaptasi Produk UMKM Makanan Ringan di Pasar ASEAN”, Jurnal Ekonomi dan Perdagangan Internasional, 7(1), 33–49.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Laporan Ekspor UMKM 2023